

0-802345

На правах рукописи



Дианова Таисия Владимировна

**Электронная торговля в системе экономических
отношений современного рыночного хозяйства**

Специальность (08.00.01) – экономическая теория

**Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук**

Москва - 2013

Работа выполнена на кафедре экономической теории Московского государственного института международных отношений (Университета) МИД России

Научный руководитель:

кандидат экономических наук, доцент
Назарова Ирина Борисовна

Официальные оппоненты:

доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры экономики и
международного бизнеса Московского
государственного лингвистического
университета
Салихов Борис Варисович

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КФУ



828432

кандидат экономических наук, доцент,
профессор кафедры информационных сис-
темы в экономике и менеджменте Россий-
ского экономического университета им.
Г.В. Плеханова
Боканов Александр Авангардович

Ведущая организация:

**Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации**

Защита состоится 19 сентября 2013 г. в 16 часов в ауд. 442 на заседании Диссертационного совета Д 209.002.06 (экономические науки) при Московском государственном институте международных отношений (Университете) МИД России.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке им. И.Г. Тюлина МГИМО (У) МИД России по адресу: 119454, г. Москва, проспект Вернадского, 76. С авторефератом диссертации можно ознакомиться на сайте www.mgimo.ru.

Автореферат разослан 11 июля 2013 г.

И.О. УЧЕНОГО СЕКРЕТАРЯ
ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА

НОЗДРЕВА Р.Б

Актуальность темы исследования

Одной из важнейших особенностей наших дней является стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Ежегодно количество пользователей Интернета увеличивается на 100 млн человек и, по расчетам специалистов ООН, уже превысило 2 млрд человек¹. Причем значительное число из них активно используют всемирную паутину для реализации экономических отношений, налаживания и поддержания бизнес-контактов. Оборот электронной торговли в 2010 г. составлял около 110 млрд долларов в США, 105 - в Германии, 8 - в Российской Федерации. В 2011 г. объем указанного сегмента в нашей стране увеличился до 10,3 млрд², а в 2015 г. он прогнозируется на уровне 36 млрд долларов США. В относительном выражении также планируется трехкратный прирост доли электронной торговли в розничном обороте с 1,5 до 4,5 %³. Таким образом, мы являемся свидетелями формирования огромного сегмента рынка, который развивается достаточно динамично.

Как правомерно отмечал Й. Шумпетер, «без развития нет предпринимательской прибыли, а без последней не бывает развития»⁴. В современных условиях внедрение информационно-коммуникационных технологий придает импульс для развития экономики в целом и торговли в частности. Поэтому неудивительно, что большинство торговых предприятий обычного формата выходят или уже вышли на электронный рынок.

¹ См.: Число пользователей Интернета в мире достигло 2 млрд. ООН. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.baltinfo.ru/2011/01/27/Chislo-polzovatelei-Internet-a-v-mire-dostiglo-2-mlrd---OON-184854>

² См.: *Фомичева А.* Регионы обеспечили почти половину оборота электронной торговли в России в 2011 году // РБК daily. 2012. 4 апреля. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rbcdaily.ru/media/562949983456912>

³ См.: *Рожков Р.* Интернет уйдет в отрыв. Morgan Stanley прогнозирует взлет российской онлайн-торговли // Коммерсантъ. 2013. 10 января.

⁴ *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М.: Эксмо, 2008. С.251.

Электронная торговля обеспечивает функционирование таких бизнес-процессов и моделей, которые без нее невозможны: интерактивное взаимодействие продавцов и покупателей предоставляет возможность доступа к рынку в любой точке земного шара, в любое время суток. Это, с одной стороны, позволяет на качественно ином уровне удовлетворять запросы покупателей, а с другой – оперативно реагировать на изменения рыночной конъюнктуры. По сравнению с традиционным рынком, продолжительность контактов продавцов и покупателей минимальна, что обеспечивает экономию времени и возможность перераспределить его на другие виды деятельности.

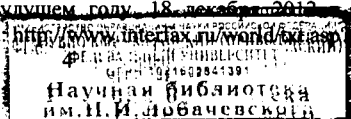
Кроме того, огромная территория России способствует широкому распространению современных средств связи, коммуникаций и электронной торговли. Учитывая этот факт, Правительство Российской Федерации стало уделять повышенное внимание к данному сектору и поставило задачу подготовить проект комплексного закона о деятельности в Интернете. Предполагается, что разрабатываемый законопроект станет общей платформой регулирования отношений, возникающих во всемирной паутине, и будет увязан с федеральными законами «О связи», «О персональных данных», «Об информации, информатизации и защите информации» и частью четвертой Гражданского кодекса РФ⁵. Стоит отметить, что полноценная интеграция Российской Федерации в систему международных экономических отношений сегодня становится невозможной без использования электронной торговли.

Таким образом, проведение исследования, направленного на изучение современных тенденций развития экономических отношений в данном секторе, обусловлено возрастающим значением электронной торговли для развития экономики.

Степень научной разработанности проблемы

Выступая составной частью информационной (так называемой *новой экономики*), электронная торговля находится на пересечении многих отраслей

⁵ Интернет отрегулируют в будущем году, 18 декабря 2012. ИА Интерфакс [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.interfax.ru/world/press?id=281637>



научного знания, различных теоретических подходов. Поэтому концептуальную основу экономических исследований в данной сфере составляют несколько направлений научного поиска, предметом анализа в которых выступают:

- постиндустриальное развитие и влияние информации на экономику;
- специфическая отрасль, получившая название экономики сетевых благ;
- прикладные аспекты использования электронной коммерции, включая собственно электронную торговлю.

Так, в рамках первого направления следует выделить работы Д. Белла, М. Пората, М. Кастельса, Й. Масуды, Дж. Стиглица, Э. Тоффлера, Т. Умесао, в которых были заложены методологические основы исследования постиндустриального общества, новой экономики, экономики, основанной на знаниях. Аналогичная проблематика становилась предметом рассмотрения в трудах Е. Авдокушина, О. Антипиной, Г. Клейнера, В. Иноземцева, Р. Капелюшниковой, В. Макарова, Л. Мясниковой.

Второе направление базируется на микроэкономических моделях Х. Вэриана, Н. Вулкана, К. Шапиро. Их работы по праву можно считать основой исследования сетевой экономики. Существенное развитие данное направление получило в работах И. Стрелец, В. Бугорского, А. Кузнецова.

К третьему направлению следует отнести результаты систематизации опыта, накопленного в области электронной коммерции. Они представлены в публикациях И. Балабанова, Л. Брагина, Л. Каргиной, Д. Козье, М. Кульченко Д. Чафи и др. Кроме того, необходимо отметить исследования отдельных аспектов электронной торговли, которые отражены в трудах Г. Дункана, Т. Гориной, Н. Колос, И. Кузьмина, Т. Панкиной, А. Саммера и др.

Однако в работах вышеперечисленных и некоторых других авторов рассматривались в основном организационно-экономические механизмы развития электронной торговли, пути ее совершенствования, методики оптимизации соответствующих продаж, минимизации налогообложения. При этом, с позиций экономической теории, феномен электронной торговли оставался малоизученным. Неслучайно большинство научных работ выполнено по специальности

08.00.05, реже 08.00.14. Исключения составляют труды О. Антипиной, В. Аузана, И. Никитиной, И. Стрелец, в которых исследованы ценообразование на данном рынке, формирование спроса, влияние электронной торговли на транзакционные издержки и другие аспекты. Между тем, комплексных исследований экономических отношений в данной предметной области пока не проводилось. Помимо этого, необходимо изучить международный опыт в целях разработки концепции развития электронной торговли в Российской Федерации. Таким образом, безусловная актуальность и недостаточная изученность обусловили выбор объекта, предмета, цели и задач исследования.

Объектом исследования является электронная торговля как закономерный результат проекции достижений научно-технического прогресса на сферу обращения.

Предметом исследования выступают социально-экономические отношения, опосредующие развитие электронной торговли в современном рыночном хозяйстве.

Цель и задачи исследования. Цель работы заключается в выявлении особенностей экономических отношений в электронной торговле и определении перспектив данного сектора современного рыночного хозяйства.

Для достижения поставленной цели в научно-квалификационной работе **решены следующие задачи:**

- представлена авторская характеристика роли информационной экономики в современных условиях;
- уточнена трактовка понятия «электронная торговля»;
- раскрыта роль электронной торговли в глобальных экономических процессах;
- установлено противоречивое влияние электронной торговли на трансформацию экономических отношений;
- исследована роль транзакционных издержек в рамках развития электронной торговли;
- выявлены особенности развития электронной торговли на совре-

менном этапе;

– определены перспективы развития электронной торговли в Российской Федерации.

Научная новизна полученных результатов заключается в том, что электронная торговля представлена в виде закономерного результата изменений, произошедших в производительных силах, что обусловило изменение структуры экономических отношений. По результатам исследования следующие выводы, обобщения и предложения содержат элементы научной новизны и **выносятся диссертантом на защиту.**

1. В современных условиях на фоне глобализации наблюдается расширение масштабов информационного производства, а использование Интернета не только увеличивает скорость обменных процессов, но и обуславливает появление новой реальности, связанной с обеспечением равного доступа к массиву информации, поиском новых рынков сбыта. За счет этого даже относительно небольшие семейные фирмы получают возможность выйти на мировой рынок, в обменные процессы вовлекается большее число контрагентов, а роль малых и средних фирм становится все более значимой для национальной и мировой экономик. Таким образом, расширяется совокупное предложение, создаются предпосылки для экономического роста, стираются границы между локальными, региональными и международными рынками.

2. Обобщены подходы к определению «электронной торговли» и в результате анализа электронная торговля определена автором в качестве основной разновидности электронной коммерции как процесс, непосредственно направленный на совершение актов купли-продажи с использованием средств электронной коммуникации.

3. Выявлено противоречивое влияние электронной торговли на структуру рынка и, следовательно, на формирование экономических отношений.

С одной стороны, электронная торговля создает предпосылки для обострения конкурентной борьбы: за счет более низкого уровня входных барьеров появляется больше продавцов по сравнению с традиционным рынком;

доступность большого массива информации позволяет контрагентам быстрее и точнее реагировать на изменения рыночной конъюнктуры, анализировать ценовые сигналы, отражающие предпочтения покупателей. Принимая во внимание эту информацию, продавцы быстрее и точнее могут ответить на важнейшие вопросы рыночного хозяйства. Кроме того, широкое использование ИКТ способствует становлению и развитию рынка удаленной работы.

С другой стороны, благодаря возможностям электронной торговли, повышается гибкость производства. Специфический механизм динамики предельных и средних издержек по сравнению с традиционным рынком (после достижения определенного уровня они уменьшаются либо могут оставаться на неизменном уровне при продаже некоторых сетевых благ), а также низкие транзакционные издержки позволяют существенно экономить на масштабе, создают возможности для развития монополистической конкуренции и ценовой дискриминации. Указанная динамика издержек позволяет продавцам осуществлять быстрый переход на новые типы и разновидности товаров, учитывая предпочтения покупателей, создавать якобы дифференцированные продукты. Так, при помощи дизайна и современных компьютерных программ появляются возможности для создания виртуальных отличительных качеств товара, т.е. мнимой персонализации.

4. В результате анализа развития электронной торговли расширена теория транзакционных издержек за счет рассмотрения их в качестве стабилизатора взаимодействия рыночных субъектов. Аргументировано и введено в научный оборот понятие «эффект скольжения», сущность которого сводится к следующему. При резком снижении транзакционных издержек агенты рынка теряют чувство стабильности, сталкиваются с неопределенностью, будущее становится трудно прогнозируемым, и большинство из них пытаются сохранить существующее положение, а не максимизировать выгоду и расширить рынки сбыта. В итоге новаторская деятельность предпринимателей сменяется консервативной, а социально-экономическая система попадает в «зону скольжения». По аналогии с силой трения в физическом мире большинство участников рынка, ока-

завшись на «скользком участке», пытаются удержать равновесие. Лишь немногие используют появившуюся возможность для собственного ускорения.

5. Показано, что отечественная электронная торговля, следуя основным тенденциям, характерным для стран с развитой рыночной экономикой, имеет свои специфические черты: лидирующее положение крупнейших регионов и существенное отставание периферийных; проблемы развития банковской системы, которые негативно сказываются на осуществлении электронных платежей; недоверие покупателей к виртуальным сделкам; низкая компьютерная грамотность значительной части населения; систематические трудности с доставкой товара вследствие недостаточной развитости транспортной инфраструктуры. В отличие от стран Запада, где период бурного роста электронной торговли уже в прошлом, в Российской Федерации он еще только начинается, а соответствующий рынок далек от насыщения и стабилизации.

6. Автором предложены следующие пути развития электронной торговли в Российской Федерации: решение институциональных проблем (включая законодательство, систему социальных стандартов, систему технологических регламентов и др.); совершенствование государственного регулирования (налогового, антимонопольного); преодоление отставания периферийных регионов; устранение психологических барьеров в отношении доверия к электронным сделкам; увеличение доли продаж с использованием нестационарных устройств; развитие платежной и логистической инфраструктур; оптимизация взаимодействия с поисковыми системами.

Теоретическая и практическая значимость работы заключается в том, что разработанные в ней подходы, выводы и обобщения могут использоваться в качестве научно-теоретической базы междисциплинарных исследований в сфере электронной торговли; создавать предпосылки для изучения прикладных проблем ее развития в Российской Федерации и на развивающихся рынках; служить методологической основой разработки практи-

ческих моделей повышения конверсии⁶ продавцов онлайн-ритейла; выступать теоретической базой государственного регулирования соответствующих сегментов рынка; быть источником аналитических материалов в преподавании социально-экономических дисциплин, а также в научно-исследовательской работе.

Методология и методы исследования. Методологической и общетеоретической основой диссертации послужили труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные анализу проблем спроса и предложения на рынке сетевых благ, их эластичности; транзакционных издержек и ценовой дискриминации в информационной экономике; глобализации международных экономических отношений и электронной торговли.

Источниками фактического и статистического материала выступали законодательные и нормативные акты Российской Федерации, данные Федеральной службы государственной статистики, крупнейших мировых организаций (ООН, ОЭСР), отечественных исследовательских и информационных структур (PWC, РБК, Data Insight, Insales), научных конференций, публикаций прикладной направленности в периодической печати, монографий, учебных и методических пособий.

В данной работе использовались системный, исторический и логический методы исследования экономических процессов и явлений, а также методы обобщения, научной абстракции, индукции и дедукции, нормативного и позитивного анализа.

Степень достоверности и апробация исследования. Достоверность теоретических выводов, предложений и практических рекомендаций подтверждается тем, что они базируются на фундаментальных положениях современной экономической науки, сопоставимы с результатами значительного числа отечественных и зарубежных исследований, основываются на обширном статистическом материале.

⁶ Под конверсией в области электронной торговли понимают отношение числа реальных покупателей (совершивших покупки) к числу потенциальных (посетивших сайт).

Результаты диссертации получили апробацию и научно-практическую реализацию. Основные теоретические выводы и рекомендации докладывались и обсуждались на международных межвузовских научно-практических конференциях, проводимых в Московском государственном университете им. М.В. Ломоносова и Московском университете им. С.Ю. Витте. Положения исследования получили апробацию в ходе учебных занятий в Московском государственном институте международных отношений (университете) МИД РФ. Непосредственно по теме диссертации опубликованы шесть научных статей в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ (три из них - в соавторстве), и раздел в коллективной монографии. Общий объем авторских публикаций по теме работы составляет 4,7 п.л.

Структура и объем диссертации определены логикой проведенного исследования. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы, в котором насчитывается 198 наименований, что изложено на 168 страницах основного текста, включающего 3 таблицы и 8 рисунков.

Структура работы:

Введение

Глава 1. Электронная торговля как категория новой экономики

§ 1.1. Концептуальные подходы к исследованию информационной экономики

§ 1.2. Сущность экономических отношений в сфере электронной торговли и формы их реализации

§ 1.3. Глобализация экономики и ее проявление в электронной торговле

Глава 2. Содержание и специфика экономических отношений, связанных с электронной торговлей

§ 2.1. Специфика электронной торговли: ее преимущества и возможности

§ 2.2. Основные противоречия развития электронной торговли в современных условиях

§ 2.3. Эволюция транзакционных издержек в электронной торговле и «эффект скольжения»

Глава 3. Совершенствование системы электронной торговли в Российской Федерации с учетом перспектив развития мировой экономики

§ 3.1. Электронная торговля в экономической системе России

§ 3.2. Перспективы развития электронной торговли в российской экономике

Заключение

Список использованной литературы

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы диссертации; характеризуется степень ее научной разработанности; определяются цель, задачи, объект и предмет исследования, его теоретико-методологическая основа, теоретическая и практическая значимость; формулируются научная новизна и положения, выносимые на защиту.

В **первой главе** рассмотрены концептуальные подходы к исследованию новой экономики, выявлена роль электронной торговли в процессах глобализации, уточнено определение понятия «электронная торговля».

В современной экономике информационные технологии стали важнейшим фактором производства, роль которого постоянно возрастает. Использование ИКТ обуславливает появление новой реалии, связанной с принятием решений в ускоренном темпе, когда рыночная ситуация меняется с калейдоскопической быстротой. Так, в области финансов острая конкурентная борьба вынуждает даже крупные корпорации делать вклады не на годы или месяцы, а на один день или даже несколько минут; в маркетинге скорость получения информации и ее возрастающая полнота заставляют немедленно вносить изменения в планы и рекламные кампании, которые еще вчера казались продуманными и обоснованными; в промышленности, строительстве, торговле – во всех областях хозяйственной деятельности заметно уменьшение временного разрыва между появлением информации, принятием решений и их воплощением в жизнь.

С помощью Интернета конструируется новое пространство для экономических отношений: происходит стремительное сокращение жизненного цикла большинства сетевых товаров, стираются коммуникационные границы, возникают виртуальные коллективы, открываются возможности для агентов, которые неконкурентоспособны вне его пределов. Примечательно, что развитие электронной торговли порождает противоречивые процессы.

С одной стороны, обеспечение более свободного доступа к информации позволяет выйти на ранее недоступные рынки практически любой фирме. Наиболее показательным в этом отношении является пример Китайской Народной Республики, где небольшие семейные предприятия, выпускающие товары народного потребления, успешно продвигают свою продукцию на мировой рынок с помощью интернет-аукционов, интернет-витрин, магазинов электронной торговли. Тем самым они стали не только опорой малого и среднего бизнеса, но и существенно укрепили конкурентные позиции китайской продукции на мировом рынке.

В связи с этим целесообразно отметить возрастание роли малых фирм и семейного производства в современной экономике. Если в доиндустриальную эпоху их значение было определяющим, то во время индустриального развития оно существенно сократилось. Сегодня, в постиндустриальный период электронная торговля обеспечивает беспрецедентные возможности для увеличения доли малого и семейного бизнеса в совокупном выпуске⁷. При этом повышается персонификация товаров, которые выпускаются небольшими партиями, увеличивается количество их модификаций и тем самым создаются предпосылки для максимального удовлетворения спроса и изъятия потребительского излишка.

Электронная торговля способствует появлению оболочечных компаний, в которых все бизнес-процессы за исключением маркетинга и дистрибуции переданы сторонним исполнителям. Например, большинство производ-

⁷ По мнению М. Портера, «сердце экономики – небольшие мобильные компании». Портер М. цитируется по: Жога Г. Любим - не любим // Эксперт-Урал. 2007. № 24.

ственных площадок российской обувной фирмы «ALBA» находится в Италии, часть в Испании, Португалии, Бразилии, государствах Средней Азии. Это, как правило, небольшие предприятия, гибко реагирующие на изменения рыночной конъюнктуры и способные с высоким качеством выполнить заказы оболочечных компаний. За счет развития электронной торговли они получили возможность выйти на рынки сбыта, находящиеся за тысячи километров от них. В данном аспекте электронная торговля выступает эффективным инструментом согласования спроса и предложения.

С другой стороны, в работе показано, что ее развитие в последние годы тесно связано с глобализацией экономики. Так, стремительное увеличение объемов мировой торговли, мобильности капитала и его концентрации произошло в 90-е годы XX в., когда расширилось использование ИКТ, а электронная торговля превратилась в ежедневную хозяйственную практику крупнейших корпораций. Данные, представленные в таблице 1, демонстрируют ежегодный рост в среднем на 6 процентов.

Таблица 1

Объемы электронной торговли ТНК, млрд долларов США ⁸

	годы				
	2009	2010	2011	2012	2013 (прогноз)
показатель	718,7	764,5	813,4	870,1	922,6

Показательно, что во многих зарубежных источниках для обозначения операций на фондовом рынке используется понятие e-trade (electronic trade - электронная торговля), а все финансовые рынки функционируют на основе инструментов электронной торговли. Таким образом, происходит виртуализация экономических процессов, которая стала не только характерной чертой, но приоритетным направлением развития значительного числа рыночных субъ-

⁸ Ecommerce Sales Topped \$1 Trillion for First Time in 2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.emarketer.com/Article/Ecommerce-Sales-Topped-1-Trillion-First-Time-2012/1009649>

ектов. Именно электронная торговля выступает каналом распространения глобализации экономики, ее пусковым механизмом и катализатором. В результате, значение электронной торговли в современной экономике существенно возрастает, а ее годовой оборот превысил 1 трлн долларов США.⁹

Информатизация общества, широкое применение инновационных технологий, превращение науки в действенную и эффективную производительную силу становятся неразрывно связаны с электронной торговлей. Следовательно, формирование научных основ, раскрывающих принципы влияния электронной торговли на структуру рынка, разработка и оптимизация подходов, способствующих ее эффективному распространению, становятся приоритетными задачами экономической теории и практики.

Между тем, феномен электронной торговли до сих пор не имеет однозначного определения. В современной зарубежной и отечественной экономической теории проблемы, связанные с ним, трактуются несколько сужено, исходя из инструментальных подходов практического применения. Поэтому наиболее продуктивным представляется научный поиск в рамках общественных отношений с использованием системной методологии. В отличие от идей, изложенных в работах В. Анфиногенова, И. Балабанова, Л. Брагина, Г. Дункан, Т. Гориной, В. Кабанова, Д. Козье, Н. Колос, Х. Маташевой, Л. Реймана, А. Саммера, Е. Сибирской, О. Старцевой, И. Успенского, а также подходов, изложенных в международных и отечественных нормативно-правовых актах, соискатель определяет электронную торговлю в качестве основной разновидности электронной коммерции как процесс, непосредственно направленный на совершение актов купли-продажи с использованием средств электронной коммуникации. Представленное определение конкретизирует электронную торговлю в качестве составной части электронной коммерции, выделяя ее в одно из направлений дистанционной формы продажи товаров, не

⁹ Ecommerce Sales Topped \$1 Trillion for First Time in 2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.emarketer.com/Article/Ecommerce-Sales-Topped-1-Trillion-First-Time-2012/1009649>

ограничиваясь Интернетом и учитывая возможность использования любых средств электронной коммуникации.

Исходя из задач исследования, во **второй главе** раскрыты содержание и специфика электронной торговли; преимущества и противоречия, связанные с ее функционированием; освещена эволюция транзакционных издержек, аргументировано и введено в научный оборот понятие «эффект скольжения».

Не вызывает сомнений тот факт, что на *макроуровне* электронная торговля благотворно влияет на экономический рост. Объем ее мирового оборота ежегодно увеличивается на 6 % (см. табл. 2), внося свой вклад в рост ВВП различных стран мира.

Таблица 2

Динамика развития мирового рынка электронной торговли, трлн долларов США¹⁰

показатель	годы					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	1,162	1,243	1,318	1,399	1,459	1,513

Например, в России это пока 1,5 % (в 2015 году прогнозируется на уровне 2,5%), а в США 5,5 %¹¹ от ВВП. Кроме того, использование информационных технологий увеличивает производственные возможности, повышает показатель общей производительности факторов производства (TFP - total factor productivity) в отраслях, связанных с ИКТ, а по мере роста инвестиций в электронную торговлю растет показатель капиталовооруженности. Таким образом, мы видим важность человеческого капитала, который влияет на производительность, используя технический прогресс, в том числе ИКТ.

¹⁰ Ecommerce Sales Topped \$1 Trillion for First Time in 2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.emarketer.com/Article/Ecommerce-Sales-Topped-1-Trillion-First-Time-2012/1009649>

¹¹ См.: Семирикова А. Рынку электронной торговли сулят рост до 30 млрд долларов к 2015 году. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://subscribe.rbc.ru/2012/04/02/media/562949983419920>

При этом создается новый, постоянно расширяющийся рынок удаленной работы, обеспечивающий появление новых мест. Повышение прозрачности, упрощение и ускорение процессов на рынке труда за счет возможности поиска работы и сотрудников, подачи объявлений о найме и резюме в режиме онлайн, усиливают конкуренцию и приводят к снижению NAIRU (не ускоряющего темпа инфляции уровня безработицы), создают условия для привлечения более дешевой рабочей силы по сравнению с традиционным рынком.

На *микроуровне* электронная торговля открывает новые возможности для предпринимателей вследствие существенного снижения издержек функционирования бизнеса и входных барьеров. Уменьшаются затраты на исследования рынков при помощи специальных программ типа cookies, которые автоматически учитывают интерес посетителей сайта к различным видам информации или продукции, размещенным на нем. Кроме того, происходит сокращение численности персонала за счет унификации функций продавца-консультанта и поступления заказов на поставку в полностью сформированном виде от покупателя, снижаются издержки «меню», расходы на рекламу, осуществление внешних коммуникаций и документооборот, которые в электронной торговле существенно ниже, чем в традиционной. Отдельно стоит отметить уменьшение издержек, связанных с содержанием, арендой или покупкой складских и офисных помещений.

Проведенный анализ показал, что электронная торговля для продавцов обеспечивает возможности практически неограниченного расширения ассортимента, повышает скорость доступа к ресурсам. Вышеперечисленные факторы ведут к появлению большего количества продавцов, обострению конкурентной борьбы, что обуславливает изменение структуры рынка и, в свою очередь, изменяет экономические отношения между его субъектами. За счет использования инструментов электронной торговли у продавцов появляется уникальная возможность для анализа данных рыночной конъюнктуры, ценовых сигналов, поведения конкурентов, предпочтений покупателей, даже в том случае, когда покупка не состоялась. Это создает предпосылки принятия

взвешенных предпринимательских решений, гибкой реакции на нужды потребителей, адекватного ответа на ключевые вопросы рыночной деятельности.

Между тем, как и любое другое явление экономической жизни, электронная торговля порождает некоторые проблемы и противоречия. Например, высокая информированность о рынке, низкие издержки «меню», особый характер динамики предельных и средних издержек, позволяющий продавцам с минимальными затратами на базе материнской компании создавать многочисленные «клоны» своего предприятия, приводят к монополизации рынков, распространению ценовой дискриминации. Чаще всего в электронной торговле применяется ценовая дискриминация третьей степени, когда один и тот же товар продается по разным ценам различным группам потребителей. Ценовая дискриминация второй степени предполагает установление продавцом нескольких тарифов для разных групп покупателей, первой – индивидуальный подход к каждому потребителю¹². Также за счет отсутствия непосредственного контакта с приобретаемым товаром усиливается эффект отрицательной селекции, когда качественные товары вытесняются низкосортными заменителями, а у потребителей «размываются» ориентиры для определения соотношения цены и качества.

Электронная торговля создает предпосылки для дестабилизации экономики, особенно, когда речь идет о финансовых рынках. Так, 3 февраля 2010 г. на Нью-Йоркской товарной бирже за 3 секунды было размещено 6 767 индивидуальных заказов (фьючерсов) на покупку сырой нефти, что вызвало резкий скачок цен и потрясение на рынке. Операции, реализованные автоматизированными торговыми системами в режиме онлайн, прошли столь быстро, что представители биржи не успели принять никаких мер.

Особо следует отметить общие проблемы, связанные с обеспечением защиты информации, недостатками в развитии инфраструктуры, необходимой для доступа к Интернету и совершения трансакций, наличием психоло-

¹² Подробно эти проблемы применительно к рынку электронной торговли проанализированы в трудах Х. Вэриана: Varian H. Economics of Information Technology. Berkeley: University of California, 2001. P. 13-18.

гических барьеров, связанных с низким уровнем доверия к виртуальным сделкам. Сюда же целесообразно отнести более высокий по сравнению с традиционным рынком риск отказа от приема товара при доставке (за счет того, что покупатель видел этот товар только в виртуальной среде), пробелы в правовой защите участников сделок, требования к определенному уровню компьютерной грамотности. Кроме того, в работе предложен и описан феномен «цифрового шума», обусловленный «завышенными ценовыми предложениями», не существующими в реальности, случайными или преднамеренными сбоями в работе передающих сетей, несанкционированным распространением рекламной информации, игнорированием жалоб клиентов и созданием положительного имиджа фирмы в глазах покупателей, когда ее сотрудники под видом потребителей оставляют на форумах позитивные отзывы о ней самой и ее продукции.

Значительное число вышеуказанных проблем имеет противоречивый характер: часть из них являются текущими, другие – фундаментальными. Следует признать, что основная причина последних кроется во влиянии транзакционных издержек. Как известно, электронный рынок дает возможности для существенного снижения затрат, связанных с поиском информации о продавцах, ценах, отзывах потребителей, заключением договоров, обеспечением исполнения взятых на себя обязательств и т.п. В работе установлено, что резкое снижение транзакционных издержек увеличивает скорость взаимодействия хозяйствующих субъектов и приводит к дестабилизации экономических процессов. В таких условиях отдельные участники рынка будут стремиться максимизировать собственную полезность за счет других, а большинство, ощутив нестабильность и неуверенность, свернут или перенесут на будущее свои бизнес-проекты.

Хозяйствующие субъекты привыкли к существованию транзакционных издержек, и их сокращение воспринимается не только как возможность, но и как угроза. Получается, что транзакционные издержки приносят не только вред, но и пользу: они стабилизируют взаимодействие рыночных агентов в не-

которых рамках. Лишившись этих рамок, они не получают дополнительной выгоды. Экономическая система переходит в турбулентное состояние, всеобщее благосостояние снижается, несмотря на то, что перемены носят прогрессивный характер и должны были привести к обратному результату. Неудивительно, что преимущества от «эффекта скольжения» получают профессиональные участники рынка, которые лучше потребителей ориентируются в происходящих процессах, отслеживают тенденции развития, оперативно вносят соответствующие изменения с максимальной выгодой для себя. Естественно, развитие электронной торговли происходит не столь быстрыми темпами, чтобы спровоцировать масштабный экономический кризис. Но рассчитывать на моментальную адаптацию хозяйствующих субъектов не приходится¹³.

Далее в диссертации рассмотрены современный этап и перспективы развития электронной торговли в экономической системе России. Результаты проведенного анализа представлены в **третьей главе** научно-квалификационной работы.

Развитие экономических отношений в области электронной торговли в нашей стране характеризуется динамичностью и перспективностью. Исследуемый рынок далек от точки насыщения и с высокой достоверностью можно прогнозировать его дальнейший рост¹⁴. В целом, отечественная электронная торговля следует мировым тенденциям, а имеющаяся специфика обусловлена общим состоянием национальной экономики, которое оказывает решающее воздействие на уровень жизни населения, стереотипы и предпочтения потребителей. Так, проблемы с доступом к широкополосному Интернету, в развитии банковского сектора, логистических служб, наряду с недоверием к виртуальным сделкам и низкой компьютерной грамотностью значительной части населения, существенно сдерживают реализацию ее потенциа-

¹³ Об этом убедительно свидетельствуют периодические сбои на фондовых биржах, как в ранее приведенном примере на стр. 18.

¹⁴ Лидерами рынка электронной торговли по итогам 2012 г. выступают Ulmart.ru, Exist.ru, Ozon.ru, Связной, KupiVip.ru, совокупные продажи которых превысили 2 млрд. долларов США. См.: ТОП-10 интернет-магазинов Рунета [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://oborot.ru/news/12374/24>.

ла. Стоит отметить, что поведение российских потребителей более взвешено и рационально по сравнению с зарубежными покупателями, развитие электронной торговли в нашей стране носит интенсивный характер, в меньшей степени реагирует на циклические спады и достаточно устойчиво к колебаниям макроэкономической конъюнктуры.

Интересным представляется факт, что темпы роста ее оборота в последнее десятилетие существенно опережали темпы роста суммарного оборота розничной торговли в России. Причем до 2007 г. объемы электронной торговли из года в год увеличивались не менее чем на 70%. Финансово-экономический кризис 2008-2009 гг. обусловил некоторое снижение темпов роста, которые тем не менее остались весьма высокими (около 50% в 2008 г. и 26% в 2009 г.). При этом общий объем товарооборота в 2009 г. снизился на 5,8%¹⁵.

Основной тенденцией развития российской электронной торговли в современных условиях выступает высокая географическая локализация ее центров¹⁶, что обеспечивает жителям крупных городов безусловные преимущества перед остальным населением страны. Кроме того, в работе отмечаются повышение значимости сегмента, связанного с применением портативных устройств с удаленным доступом, что приведет к расширению спроса; использование в качестве ориентира западного опыта в части распространения коллективных закупок¹⁷ и переоценки эффекта от использования социальных сетей; распространение мультимедийных покупок, при которых потребители последовательно обращаются на электронный и традиционный рынок или, наоборот, в зависимости от стадии покупки (со стороны спроса), а также взаимное проникновение и слияние различных форматов торговли (со стороны предложения).

¹⁵ [Электронный ресурс] – Режим доступа:
http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_13/IssWWW.exe/Stg/d5/20-08.htm;
<http://www.insales.ru/blog/2010/03/12/>

¹⁶ Более 55% оборота российской электронной торговли приходится на Москву, Санкт-Петербург, Московскую и Ленинградскую области.

¹⁷ Коллективные закупки - закупки, для совершения которых покупатели объединяются в целях получения минимально возможной цены.

Исходя из вышеизложенного, в качестве основных стратегий развития предприятий электронной торговли выделяется нацеленность на большее количество посещений, а также ориентация на увеличение числа и стоимости покупок. В связи с этим необходимо выделить два блока проблем, требующих своего решения: напрямую связанных с электронной торговлей и опосредованно создающих предпосылки формирования принципиально новой институциональной модели российского общества.

К первому следует отнести содействие расширению доли мобильных продаж, подразумевающее использование нестационарных устройств; оптимизацию использования поисковых систем и мобильных приложений, помогающих определить лучшую цену и другие условия, исходя из предпочтений покупателей; расширение доступа к широкополосному Интернету.

Проблемы второго блока несколько выходят за рамки предмета исследования, но без их конструктивного решения полноценное развитие электронной торговли невозможно. Прежде всего, речь идет о толковательном подходе к правоприменению, когда решения органов судебной власти в большей степени ориентированы на позицию вышестоящих судов, нежели положения законодательства. Сюда же следует отнести постоянные изменения правового поля, особенно в области налогообложения. Вышеизложенные обстоятельства существенно затрудняют стратегическое планирование.

Кроме того, институциональные основы развития электронной торговли предполагают разработку правовой базы, обеспечивающей безопасность платежей, а также соблюдение прав добросовестных участников рынка; повышение уровня компетентности в области ИКТ населения страны; проведение информационно-просветительской работы для снижения психологических барьеров, связанных с электронной торговлей; эффективное антимонопольное регулирование; преодоление региональных диспропорций; совершенствование банковской системы в части развития платежной инфраструктуры и интернет-банкинга, широкого распространения безналичных расчетов; содействие в развитии рынка удаленной работы; коренную модернизацию государственной

почтовой службы, которая на сегодняшний день зачастую неспособна обеспечить своевременную доставку товаров и поддержание конкурентных начал в этой сфере; оптимизацию логистической инфраструктуры, особенно в части межрегиональных перевозок.

В Заключении подведены итоги исследования и сформулированы теоретические и практические выводы.

Проведенное исследование может содействовать разработке концептуальных основ совершенствования системы электронной торговли в Российской Федерации с учетом зарубежного опыта, обеспечению прочной научно-теоретической базы развития экономических отношений в данной сфере. Вместе с тем работа требует своего продолжения, особенно в плане совершенствования информационного и институционального обеспечения, взаимовыгодного согласования интересов всех участников рынка, определения размеров трансакционных издержек, не замедляющих экономический рост.

III. СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ АВТОРОМ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Основные положения диссертации отражены в публикациях общим объемом 4,7 п.л. Все публикации по теме диссертации.

В журналах из списка, рекомендованного ВАК России:

1. Дианова Т.В. Некоторые особенности электронной торговли: от «мифов» к «эффекту скольжения» // Вопросы экономики. 2012. № 5 – 1 п.л.
2. Дианова Т.В. Электронная торговля в системе экономических отношений // Вестник университета (ГУУ). 2011. № 24 – 0,4 п.л.
3. Дианова Т.В. Глобализация, развитие информационно-коммуникационных технологий и электронной торговли: постановка проблемы // Вестник университета (ГУУ). 2011. № 25 – 0,4 п.л.
4. Дианова Т.В., Кушнир А.М., Хачатурян А.А. Эволюция организационно-экономических отношений в электронной торговле: вопросы теории и

управления // Вестник Военного университета. 2011. № 4 (28) – 1,0 п.л. (в т.ч. 0,5 – авт.).

5. Назарова И.Б., Дианова Т.В. Электронная торговля: преимущества, проблемы и «эффект скольжения» при снижении транзакционных издержек. // Вестник МГИМО-Университета. 2012. № 4 – 1,0 п.л. (в т.ч. 0,5- авт.).

6. Дианова Т.В., Хорев В.П. Трансформация экономических отношений в современных условиях (на примере электронной торговли) // Вестник Военного университета. 2012. № 3 (30) – 1,0 п.л. (в т.ч. 0,5 – авт.).

В прочих изданиях и источниках:

7. Малышев Н.Г., Семенов А.В., Бубнов Г.Г., Дианова Т.В. Социально-экономическое развитие России в посткризисный период: Монография / под ред. д.т.н., проф., чл.-корр. РАН Малышева Н.Г. М.: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2012 – 28,9 п.л. (в т.ч. 1,1 – авт.).

8. Дианова Т.В. Проблемы развития электронной торговли // Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов-2012». МГУ. http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2012/1951/43205_e22d.pdf – 0,1 п.л.

9. Дианова Т.В., Паутова А.В. Транзакционные издержки в электронной торговле: вопросы теории / Образование, экономика, право в современном информационном обществе. Часть III. / Материалы VIII Международной научной конференции / Отв. ред.: А.В. Семенов, Ю.С. Руденко. М.: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2012 – 0,4 п.л. (в т.ч. 0,2 – авт.).

Тираж 100 экз. Заказ 587

Издательство «МГИМО-Университет»
119454, Москва, пр. Вернадского, 76

Отпечатано в отделе оперативной полиграфии
и множительной техники МГИМО(У) МИД РФ

10 ~